

Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Ibu PKK Melalui Penerapan Digital

Rosmita¹, Lilis Suriani², Eko Handrian³, Herman⁴, M. Jamalullail⁵

^{1,5}Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau

^{2,3,4}Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau

E-mail: Rosmita@soc.uir.ac.id, lilisuriani@soc.uir.ac.id, ekohandrian@soc.uir.ac.id, herman@soc.uir.ac.id, jamalullail@students.uir.ac.id

Abstrak

Desa Kampung Panjang merupakan salah satu Desa yang terdapat di Kabupaten Kampar dengan potensi ikan yang melimpah dikarenakan Desa ini terletak ditepian Sungai kampar. Salah satu potensi Desa Kampung Panjang adalah Ikan Lomek yang dapat dijadikan berbagai pakanan seperti Nuget, Stick Ikan Lomek, hingga Bakso Ikan Lomek. Namun terdapat beberapa kendala dalam rangka pemberdayaan masyarakat Desa Kampung Panjang yaitu diantaranya adalah pemasaran produk-produk yang dihasilkan berdasarkan hal tersebut diatas maka peneliti melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Ibu PKK Melalui Penerapan Digital Di Desa Kampung Panjang Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar. Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dalam tiga tahap diantaranya adalah tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Metode yang dilakukan adalah dengan melakukan presenasi, sosialisasi, praktek pemanfaatan digitalisasi, pendampingan serta evaluasi. Pengabdian di Desa Kampung Panjang ini berjalan dengan lancar yang terlihat dari respon Ibu-ibu PKK yang hadir. Kedepannya diharapkan pengabdian di Desa Kampung Panjang ini berlanjut agar apa yang diharapkan dapat terwujud yaitu pengembangan ekonomi dengan penerapan digitalisasi.

Kata Kunci: Pengembangan; Ekonomi Kreatif; Digital; Ibu PKK

Abstract

Kampung Panjang Village is one of the villages in Kampar Regency with abundant fish potential because this village is located on the banks of the Kampar River. One of the potentials of Kampung Panjang Village is Lomek Fish which can be made into various foods such as Nuget, Lomek Fish Stick, to Lomek Fish Meatballs. However, there are several obstacles in the context of empowering the Kampung Panjang Village community, including marketing the products produced. Based on the above, the researchers conducted community service with the theme Creative Economic Development for PKK Mothers Through Digital Application in Kampung Panjang Village, North Kampar District, Kampar Regency. This community service is carried out in three stages including the preparation stage, implementation stage and evaluation stage. The method used is by presenting, socializing, practicing the use of digitalization, mentoring and evaluation. This community service in Kampung Panjang Village went smoothly as seen from the response of the PKK ladies who attended. In the future, it is hoped that this service in Kampung Panjang Village will continue so that what is expected can be realized, namely economic development with the application of digitalization.

Keywords: Development; Creative Economy; Digital; PKK Women

PENDAHULUAN

Indonesia menerbitkan Instruksi Presiden Nomor 6 tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif yang mana dengan regulasi ini presiden telah mengintruksikan pada jajaran pemerintah terkait untuk membuat dan melaksanakan kebijakan yang mendukung berkembangnya ekonomi kreatif di Indonesia (Ikhwanus & Deddi, 2018). Kemudian pada 20 Januari 2015 melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif, Presiden membentuk lembaga bernama Badan Ekonomi Kreatif. Badan ini bertanggung jawab terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Badan ini juga bertugas membantu presiden untuk merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif (Humaniora, 2017). Kemudian, seiring dengan minimnya ketersediaan sumber daya alam untuk dapat dieksploitasi, maka pemerintah memulai untuk memberikan perhatian terhadap ekonomi kreatif dengan menetapkan suatu ketentuan berupa peraturan berupa Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Shabillia & Santoso, 2023). Harapannya adalah agar industri kreatif mampu menyokong perekonomian di tingkat daerah Kabupaten/Kota di seluruh wilayah Indonesia (Daulay, 2018).

Ekonomi kreatif merupakan penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia dan berbasis ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan

teknologi (Noviyanti, 2017). Menurut Purnomo, ekonomi kreatif merupakan suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas (Noni, 2023). Dalam Instruksi Presiden Nomor 6 tahun 2009, jenis kegiatan yang termasuk dalam ekonomi kreatif adalah: 1) Periklanan; 2) Arsitektur; 3) Pasar seni dan barang antik; (4) Kerajinan; (5) Desain; 6) Fashion (mode); 7) Film, video, dan Fotografi; 8) Permainan interaktif; 9) Musik; 10) Seni pertunjukan; 11) Penerbitan dan percetakan; 12) Layanan komputer dan Piranti lunak; 13) Radio dan Televisi; 14) Riset dan pengembangan; serta 15) Kuliner (Muhtadin et al., 2022). Kemudian menurut Punomo, ada 17 bentuk Ekonomi Kreatif diantaranya adalah: 1) Aplikasi dan game developer, 2) Arsitektur, 3) Desain interior, 4) Desain komunikasi visual, 5) Desain produk, 6) Fashion, 7) Film, 8) Animasi & video, 9) Fotografi, 10) Kriya, 11) Kuliner, 12) Musik, 13) Penerbitan, 14) Periklanan, 15) Seni pertunjukan, 16) Seni rupa, serta 16) Televisi dan radio (Listyorini et al., 2023).

Ekonomi kreatif mengalami kemajuan di berbagai daerah, tak terkecuali di Riau itu sendiri. Provinsi Riau selama ini dikenal sebagai daerah yang memiliki potensi sumber daya alam yang besar, yang mana Provinsi Riau telah berusaha untuk mendukung dan mengembangkan ekonomi kreatif Riau dengan membangun sebuah pusat informasi dan pembinaan ekonomi kreatif Riau sebagai wadah pelatihan dan promosi para pelaku ekonomi kreatif di tiap daerah (Hartono et al., 2019). Salah satu cara untuk memberdayakan ekonomi kreatif adalah dengan cara memaksimalkan digitalisasi atau yang disebut dengan digital marketing. Ada ketidak seimbangan antara peningkatan penggunaan internet dan pemanfaatan digital marketing dalam bisnis Indonesia, hal ini berdasarkan data dimana hanya sekitar 30% pengusaha di Indonesia yang menggunakan digital marketing untuk mengembangkan bisnis mereka (Hazmi et al., 2023). Dunia digital diprediksi akan menjadi poin krusial bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas bisnis (Sulaksono, 2020). Para pelaku UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan berkat jangkauan digital marketing yang luas (Susanto et al., 2020). Digital marketing adalah sebuah produk teknologi informasi dimana berupa kegiatan mempromosikan produk dan atau jasa melalui media internet (Abdurrahman et al., 2020). Digital marketing merupakan jenis pemasaran yang menggunakan kecanggihan teknologi digital. Ini termasuk pemasaran interaktif dan terpadu yang memungkinkan produsen, perantara pasar, dan calon pembeli berinteraksi satu sama lain (Witanti & Sosanto, 2023). Digital marketing adalah media sosial, salah satunya Instagram, yang memiliki fitur akun bisnis yang memungkinkan bisnis untuk membuat profil bisnis dan mengoptimalkan kegiatan bisnis (Jannatin et al., 2020).

Salah satu daerah yang terapat di Provinsi Riau adalah Desa Kampung Panjang, Kecamatan Kampar Utara, Kabuapten Kampar. Kabupaten Kampar Sendiri memiliki potensi kekayaan yang beragam, beberapa potensi kekayaan yang dimiliki oleh Kabupaten Kampar antara lain yaitu: Sumber Daya Alam, Pertanian, Perikanan, Pariwisata dan lain sebagainya (Khairunnisa, K., Putro, T. S., & Sari, 2017). Salah satu potensi tersebut adalah dibidang peternakan ikan keramba dimana Desa Kampung Panjang dapat memproduksi sebesar 72,74 ton pertahunnya, maka hal ini dinilai bahwa Desa Kampung Panjang berpotensi sumber ikannya yang sangat banyak. Kemudian salah satu ikan yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah ikan lomak. Ikan lomak ini bisa dijadikan berbagai pakanan olahan seperti Bakso Ikan Lomak, Stick Ikan Lomak, Nuget Ikan Lomak dan lain sebagainya (Herman; et al., 2023).

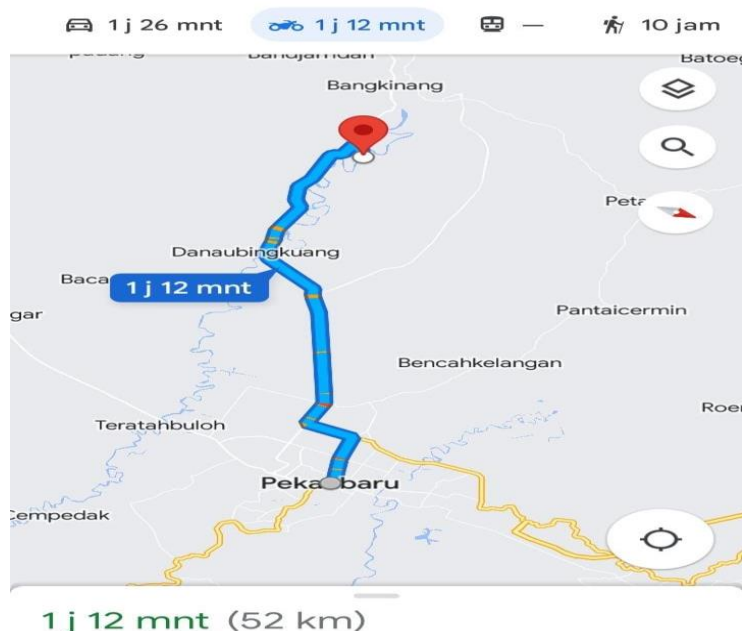
Desa Kampung Panjang sudah seharusnya untuk diberdayakan. Pemberdayaan menurut Sumardjo merupakan pemahaman tentang sebuah proses untuk berdayaguna sehingga dapat mengubah keadaan kehidupan masyarakat dengan cara yang lebih baik (Herman; et al., 2022). Mas'oed mengatakan bahwa pemberdayaan diartikan sebagai upaya untuk memberikan daya atau kekuatan kepada Masyarakat (Herman et al., 2023). Pemberdayaan merupakan usaha membangun energi dengan meemberikan dorongan, memberikan motivasi, serta berupaya menumbuhkan kesadaran terhadap potensi yang dimiliki (Syaprianto; et al., 2023). Pemberdayaan masyarakat menurut Chambers adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni yang bersifat "*people centred, participatory, empowering, and sustainable*" (Latif et al., 2022).

Kemudian, hal yang tak kalah penting dalam rangka pemberdayaan Masyarakat adalah mengembangkan ekonomi kreatif Desa Kampung Panjang melalui penerapan digital marketing untuk mempromosikan produk-produk dari ibu-ibu PKK yang ada di Desa Kampung Panjang. Oleh sebab itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk Memberikan pengetahuan, pemahaman, informasi, wawasan

kepada masyarakat Desa Kampung Panjang akan pentingnya Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Ibu PKK Melalui Penerapan Digital Di Desa Kampung Panjang Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar.

METODE

Pengabdian masyarakat dilakukan melalui penyuluhan dan workshop. Penyuluhan melibatkan ceramah, diskusi, dan tanya jawab untuk menanamkan kesadaran akan pentingnya usaha ekonomi kreatif dengan mengeksplorasi potensi ikan yang ada dan memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pemasaran. Selanjutnya, workshop pengolahan ikan dan pemasaran digital melalui modal sosial memberikan pengetahuan tentang pengelolaan usaha serta dig Berikut ini adalah detail prosedur yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Desa Kampung Panjang dapat ditempuh dengan perjalanan darat baik menggunakan sepeda motor ataupun kendaraan roda empat dengan durasi waktu selama 1,12 menit perjalanan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat melalui gambar dibawah ini:



Gambar 1 Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat Desa Kampung Panjang

Pengabdian yang dilakukan di Desa Kampung Panjang ini seperti yang telah disampaikan pada penjelasan diatas yaitu dengan menggunakan metode penyuluhan dan worksop, kemudian ada langkah yang dilakukan oleh tim pengabdian diantaranya adalah:

1. Tahap Persiapan yang terdiri dari:
 - a). Analisis Kebutuhan Pengabdian Kepada Masyarakat
 - b). Survey ke lokasi Pengabdian
 - c). Izin Pelaksanaan Pengabdian
2. Tahap Pelaksanaan yang terdiri dari:
 - a). Sosialisasi
 - b). Pendampingan kepada Masyarakat Desa Kampung Panjang
3. Tahap Evaluasi
 - a). Diskusi
 - b). Pelaporan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Kampung Panjang dilakukan oleh Rosmita, S.Sos., M.Si sebagai ketua PKM, Lilis Suriani, S.Sos., M.Si, Eko Handrian, S.Sos., M.Si dan Herman, S.Sos., M.Si sebagai Anggota, dan terdapat satu orang mahasiswa sebagai anggota yang membantu pelaksanaan pengabdian ini. Pengabdian ini mendapatkan animo yang luar biasa dari masyarakat, adapun yang hadir dalam pengabdian ini adalah Ibu-ibu PKK serta aparat Desa. Total keseluruhan peserta yang hadir adalah sebanyak 38 peserta, untuk lebih jelasnya mengenai tahapan dari pengabdian tersebut dapat dijelaskan pada keterangan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Komunikasi dan koordinasi dengan Kepala Desa Kampung Panjang mengenai masalah yang dihadapi masyarakat merupakan langkah persiapan untuk tahap ini. Kemudian melakukan analisis kebutuhan dengan mendiskusikan kepada tim dan mitra tentang hal-hal apa yang perlu dipersiapkan, seperti peralatan, transportasi, dan sebagainya. Setelah itu, tim pengabdian melakukan survey awal dan meninjau langsung Desa Kampung Panjang untuk mempelajari situasi dan kondisi masyarakat desa. Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan survei dan observasi ini pada hari Kamis, 8 Juni 2023, dan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dimulai pada hari Jumat, 8 September 2023. Tujuan terakhir dari persiapan ini adalah menyiapkan keperluan administrasi seperti izin pelaksanaan dari Universitas Islam Riau dalam hal ini melalui DPPM, surat tugas, dan surat mitra dari Desa Kampung Panjang.

Kepala Desa Kampung Panjang telah mempersiapkan pengabdian kepada Masyarakat ini dengan mempertimbangkan temuan yang dibahas dan dikomunikasikan selama survei dan observasi awal. Untuk mempersiapkan pengabdian kepada masyarakat, persiapan termasuk menyediakan ruang (aula desa), Infokus, dan proyektor layar. Selain itu, Desa Kampung Panjang menyediakan peserta untuk pengabdian, yaitu ibu-ibu warga yang tergabung dalam Ibu-Ibu PKK Desa Kampung Panjang, yang berjumlah lebih dari 20 orang. Selanjutnya, selama tahap pendampingan atau praktek digital marketing seperti melalui Instagram (IG), Facebook (FB), tik-tok dan Whatsaap (Wa) dilakukan oleh tim pengabdian. Pelaku bisnis harus memahami dan memanfaatkan strategi dan alat digital marketing jika mereka ingin mengembangkan dan mempertahankan bisnis mereka (Syaifullah et al., 2018); (Aprilia, 2019). Adapun pemilihan ketiga media ini dinilai simple jika dibandingkan dengan media lain seperti Lazada, Tokopedia, Shoope dan lain sebagainya. Adapun pematari utama untuk digital marketing ini adalah Ibu Rosmita, S.Sos., M.Si dan Bapak Eko Handrian, S.Sos., M.Si. Sedangkan Pembagian tugas dalam Pelaksanaan pengabdian ini adalah:

Peran Pelaksana

1. Rosmita
Bertugas memberikan penyuluhan dan workshop peran Bumdes dalam pengolahan ikan frozen
2. Lilis Suriani
Bertugas memberikan penyuluhan dan workshop Peningkatan Kapasitas pengelolaan usaha ekonomi kreatif
3. Eko Handrian
Bertugas memberikan penyuluhan dan workshop digital marketing
4. Herman
Melakukan pendampingan dan pengawasan
5. M. Jamalullail
Melakukan pendampingan dan pengawasan.

Peran Partisipasi Mitra

1. Mitra menyediakan sumber daya tenaga dan tempat kegiatan;
2. Mitra berpartisipasi melalui konsultasi;
3. Mitra Berpartisipasi secara fungsional;
4. Mitra berpartisipasi interaktif dan;

2. Tahap Pelaksanaan

Pengabdian kepada Masyarakat dimulai dari protokol yang membacakan susunan acara, dan kemudian kata sambutan dari kepala Desa Kampung Panjang yaitu Bapak Anasril, SE. Kemudian, tim pengabdian kepada Masyarakat menyampaikan materi atau sosialisasi. Materi dilanjutkan dengan sesi diskusi, di mana Ibu-ibu PKK Desa Kampung Panjang sangat berpartisipasi pada sesi ini. Setelah sesi diskusi, pengabdian kepada Masyarakat ditutup dengan sesi foto Bersama.

Setelah melewati tahapan pelaksanaan, yang mencakup melakukan pengabdian dan sosialisasi, tim pengabdian kemudian menjelaskan bagaimana memasarkan olahan ikan lomak tersebut melalui media sosial sederhana seperti Instagram, Facebook, tik-tok dan Whatsaap. Antusias dari Masyarakat Desa Kampung Panjang yang mayoritasnya adalah Ibu-ibu PKK mendapat tanggapan yang positif. Untuk lebih jelasnya mengenai pelaksanaan Pengabdian dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1 Pelaksanaan Pengabdian dan Sosialisasi

Pada tahap pelaksanaan ini, para tim pelaksana pengabdian melakukan dan memberikan bimbingan yang berkaitan dengan promosi pada media sosial sebagaimana yang telah penulis sampaikan diatas. Pada era digital ini promosi dilakukan tidak hanya dari mulut kemulut lagi, namun sudah memakai media sosial. Berikut media sosial yang digunakan dalam mempromosikan pengembangan ekonomi kreatif:



Gambar 2 Media sosial dalam pengembangan Digital pemasaran

3. Tahap Evaluasi

Tahap Evaluasi melibatkan pertemuan dengan mitra pengabdian dan anggota tim pengabdian untuk mengevaluasi hambatan dan menilai keberhasilan pengabdian kepada masyarakat. Terakhir, pada tahap ini, laporan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat harus dikirim ke Masyarakat Desa Kampung Panjang dan Lembaga Pemberi Dana Pengabdian, DPPM UIR, dan dipublikasikan di media masa lokal dan jurnal terakreditasi.

Adapun tahap evaluasi dilakukan adalah:

1. Monitoring dalam kurun waktu 1 bulan 1 kali melalui pemantauan secara tidak langsung melalui sistem pencatatan, serta monitoring secara langsung melalui pengecekan langsung ke lokasi mengenai perkembangan pengabdian kepada Masyarakat yang mengangkat tema Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Ibu PKK Melalui Penerapan Digital Di Desa Kampung Panjang Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar
2. Evaluasi memberikan saran keberlanjutan dari kegiatan yang merupakan hasil monitoring dengan dalam kurun waktu 1 bulan 1 kali melalui hasil pemantauan secara tidak langsung melalui system pencatatan, serta monitoring secara langsung melalui pengecekan langsung ke lokasi pengabdian yaitu Desa Kampung Panjang Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar.

SIMPULAN

Adapun hal yang dapat penulis simpulkan dalam pengabdian ini pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat Desa Kampung Panjang terkhusus ibu-ibu PKK Kampung Panjang agar mampu mengkreasikan keahliannya yang bukan hanya sekedar menciptakan produk, namun juga mampu untuk mengembangkan ekonomi kreatif melalui penerapan digitalisasi dengan memanfaatkan media sosial yaitu Facebook, Instagram, Whatssap dan Tiktok untuk pemasaran produk yang dihasilkan. Adapun saran yang dapat penulis sampaikan yaitu ada pendampingan yang berkelanjutan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pada masa mendatang, ibu-ibu PKK Kampung panjang tidak hanya menghasilkan produk, tetapi juga mampu menggunakan teknologi digital melalui media sosial untuk memasarkan produk mereka. Namun yang tidak kalah penting adalah adanya perhatian dari Pemerintah setempat melalui lembaga yang berwenang terkait dengan promosi dengan memanfaatkan perkembangan digitalisasi.

UCAPAN TERIMA KASIH (OPSIONAL)

Ucapan terimakasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu diantaranya adalah:

1. Universitas Islam Riau dalam hal ini melalui Departemen Penelitian dan Pengabdian (DPPM) yang telah memberikan kesempatan kepada penulis.
2. Kepala Desa Kampung Panjang beserta jajarannya, Masyarakat Desa Kampung Panjang, Ibu-Ibu PKK Desa Kampung Panjang, serta pihak-pihak lain yang turut membantu suksesnya pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Aprilia, A. (2019). Sosialisasi Tantangan Dan Peluang Umkm Di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tri ...*, 70–81.
- Daulay, Z. A. A. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan). *Tansiq*, 1(2), 169–190.
- Hartono, S., Repi, R., & Cheri, R. (2019). Pusat Ekonomi Kreatif Riau. *Jurnal Arsitektur: Arsitektur ...*, 6(1), 39–52.
- Hazmi, S., Lutiyan, Y., Casmi, E., Arifin, B., Nurhayati, & Roza, S. (2023). Peningkatan Sumber Daya Manusia dan Digital Marketing pada Start-Up Bisnis Wisata Kampung Sawah Durimanis. *Mayadani: Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 4(2), 249–254.
- Herman, Rosmita, & Ridho, I. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Suku Talang Mamak Dalam Budidaya Madu Kelulut Di Kawasan Taman Nasional Bukit Tiga Puluh Indragiri Hulu. *Asketik*,

- 6(1), 85–101.
- Herman,;, Safri, I., Kartius,;, Abdullah, S., & Suhaimi. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mengelola Potensi Masyarakat Desa Kampung Panjang Kabupaten Kampar. *Mayadani: Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 4(2), 242–248.
- Herman, H., Susilowati, I., & Astuti, Retno Sunu; Warsono, H. (2023). Constraints to community empowerment: A study of communities around forests in Pelalawan Regency, Riau Province. *Publisia Unmer*, 8(2), 1–13. <https://doi.org/10.26905/pjiap.v8i2.9560>
- Humaniora, L. M. (2017). Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Cakrawala: Ejournal.Bsi.Ac.Id*, 17(2), 258–265.
- Ikhwanus, S., & Deddi, N. (2018). Pertumbuhan Dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang. *Pangripta*, 1(1), 76–85.
- Jannatin, N. R., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Febriyanto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact : Implementation and Action*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Khairunnisa, K., Putro, T. S., & Sari, L. (2017). Prospek Pengembangan Objek Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. *JOM Fekon*, 4(1), 1215–1259.
- Latif, S. A., Herman, & Rosmita. (2022). Pemberdayaan Ideal Pada Masyarakat Sekitar Hutan Melalui Tanaman Kehidupan di Desa Sungai Ara Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik*, 7(2), 126–144. <https://doi.org/10.25077/jakp>
- Listyorini, H., Dewi, I. K., & Satato, Y. R. (2023). Membangun Ekosistem Ekonomi Kreatif Melalui Kelembagaan, Aspek Legal Dan Pemasaran Menuju Rintisan Desa Kreatif. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(3), 2234. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i3.14726>
- Muhtadin, A., Chairani, A., Setiarso, I., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Penanggungan, J., & Kota, N. (2022). Efektivitas Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Pengelolaan Industri Berbasis Ekonomi Kreatif di SK COFFEE LAB Kediri Program Studi Desain Komunikasi Visual , Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro Kampus Kota Kediri memiliki peranan yang terp. *JAKA: Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Auditing*, 3(2), 1–9.
- Noni, S. dan kawan-kawan. (2023). *EKONOMI KREATIF: STUDI DAN PENGEMBANGANNYA*. Tahta Media Group.
- Noviyanti, R. (2017). Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Di Lingkungan Pesantren. *INTAJ: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 1(1), 77–99. <https://doi.org/10.35897/intaj.v1i1.52>
- Shabillia, L., & Santoso, B. (2023). Analisis Yuridis Terhadap Pembiayaan Berbasis Kekayaan Intelektual dalam Ekosistem Ekonomi Kreatif di Indonesia. *AL-MANHAIJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 737–746. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2871>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syauckani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>
- Syaifullah, S., Maulana, A., Karnadi, V., & Tantowi, R. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Batu Aji Kota Batam. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Syaprianto,;, Herman,;, & Akmal, N. I. (2023). Pemberdayaan Lembaga Kemasyarakatan Dalam Pembangunan di Kedah. *Mayadani: Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 4(2), 265–271.
- Witanti, A., & Sosanto, D. (2023). Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Pada Kelompok Jamu Mulya Sari Abadi. *Mayadani: Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 4(2).